

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH UNTUK MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA
PT. BANK PERMATA, Tbk
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

ELLA MALIANA
0812010118 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

USULAN PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH UNTUK MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA
PT. BANK PERMATA, Tbk
SURABAYA

Yang diajukan

ELLA MALIANA
0812010118 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi :

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal :

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH UNTUK MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA
PT. BANK PERMATA, Tbk
SURABAYA

Yang diajukan

ELLA MALIANA
0812010118 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal :

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH
UNTUK MENCAPAI KEUNGULAN BERSAING PADA
PT. BANK PERMATA, Tbk SURABAYA

Disusun Oleh:

ELLA MALIANA
0812010118 / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 24 Februari 2012

Pembimbing Utama :

Tim Pengguji :
Ketua

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Dra. Ec. Hj. Nur Mahmudah, MS
Sekretaris

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM
Anggota

Dra. Ec. Nuruni Ika KW, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. BANK PERMATA, Tbk SURABAYA”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Prodi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Ayahanda, Ibunda, dan Kakakku atas segala doa, dukungan, semangat, perhatian, dan kasih sayang yang selalu diberikan kepada penulis.
7. Yohanes Fransisco Hidayat, SH yang telah memberikan do’a, semangat, ketenangan, cinta dan kasih sayang hingga terselesaikannya skripsi ini dengan lancar.
8. Teman-temanku di Fakultas Ekonomi Manajemen semuanya yang tidak bisa sebutin satu persatu terima kasih banyak.
9. Kepada rekan, sahabat, saudara, dan berbagai pihak yang belum dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas setiap bantuan yang diberikan. Penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan yang penulis dapatkan selama ini

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAKSI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.2.2. Manajemen Pemasaran	15
2.2.3. Konsep Yang Melandasi Aktivitas Pemasaran	16
2.2.4. Definisi Jasa	17
2.2.4.1. Karakteristik Jasa	18
2.2.4.2. Faktor Yang Menjadi Kunci Sukses Jasa	20
2.2.5. Konsep Kualitas	22
2.2.5.1. Definisi Kualitas Layanan Jasa	23
2.2.5.2. Dimensi Kualitas Jasa	24
2.2.5.3. Menjaga Kualitas Jasa	25

2.2.6. Kepuasan Pelanggan	29
2.2.6.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	29
2.2.6.2. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan	31
2.2.6.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31
2.2.7. Loyalitas Pelanggan	32
2.2.7.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	32
2.2.7.2. Tahap Loyalitas Pelanggan	33
2.2.7.3. Pengukuran Loyalitas Pelanggan	38
2.2.7.4. Strategi Loyalitas Pelanggan	39
2.2.8. Keunggulan Bersaing	41
2.2.8.1. Strategi Keunggulan Bersaing	42
2.2.9. Hubungan Antara Kualitas Layanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan	45
2.2.10. Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	46
2.2.11. Hubungan Antara Loyalitas Pelanggan dan Keunggulan Bersaing	48
2.3. Kerangka Konseptual	49
2.4. Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.1.1. Definisi Operasional Variabel	51
3.1.2. Pengukuran Variabel	57

3.2. Teknik Penentuan Sampel	57
3.2.1. Populasi	57
3.2.2. Sampel	58
3.3 Jenis dan Sumber Data	59
3.3.1. Jenis Data	59
3.3.2. Sumber Data	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	59
3.5. Teknik Analisis	60
3.5.1 Confirmatory Factor Analysis	62
3.6 Asumsi Model	63
3.6.1 Uji Normalitas dan Linearitas	63
3.6.2 Outliers	64
3.6.3 Multicollinearity dan Singularity	66
3.6.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.7 Pengujian Model dengan One Step Approach	67
3.7.1 Pengujian Model dengan Two - Step App Roach	67
3.8 Evaluasi Model	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	72
4.1.1 Sejarah Singkat Bank Permata.....	72
4.1.2. Gambaran Umum Obyek Penelitian	76
4.1.3. Tujuan Perusahaan	76
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan	77

4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif	77
4.2.2. Uji Outlier Multivariate	79
4.2.3. Uji Reliabilitas	80
4.2.4. Uji Validitas	82
4.2.5. Uji Construct Reliability dan Variance Extracted	82
4.2.6. Uji Normalitas	84
4.2.7. Evaluasi Model One – Step Approach to SEM	85
4.2.8. Uji Kausalitas	90
4.3. Hasil Uji Pengujian Hipotesis Penelitian	90
4.4. Pembahasan	92
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH UNTUK MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA
PT. BANK PERMATA, Tbk
SURABAYA

Ella Maliana

ABSTRAK

Selama beberapa dekade ini, sektor perbankan telah mengalami perubahan yang sangat drastis dengan ditandai semakin ketatnya persaingan, menurunnya permintaan jasa pada sektor industri perbankan. Pada situasi dengan tingkat persaingan yang ketat tersebut nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas kepada suatu bank karena banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah akan senantiasa memilih tawaran yang paling menguntungkan baginya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing pada Bank Permata Cabang Surabaya. Masalah penelitian diajukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dari lima dimensi (reliability, assurance, tangible, emphaty, responsiveness) terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, pengaruh kepuasan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Permata yang memenuhi syarat tertentu. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah serta Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah dapat diterima. Loyalitas Nasabah berpengaruh negatif terhadap Keunggulan Bersaing tidak dapat diterima sebagai variabel yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada PT. Bank Permata, Tbk Cabang Surabaya.

Keywords : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah dan Keunggulan Bersaing.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat penting menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsi (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Expected service) (Kotler, 1997). Penyampaian layanan yang berkualitas dewasa ini dianggap suatu strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan (Reicheld dan Sasser, 1990 dalam Rusdarti, 2004). Penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apalagi di pasar global (Gaspersz, 1997). Hal ini disebabkan kualitas pelayanan dapat memberi kontribusi pada kepuasan nasabah, pangsa pasar dan profitabilitas. Oleh karena itu, perhatian para manajer saat ini lebih diprioritaskan pada pemahaman dampak kualitas layanan terhadap keuntungan dan hasil-hasil finansial yang lain dalam perusahaan (Greising, 1994 dalam Smith and Wright, 2004). Meningkatkan kepentingan tentang kepuasan nasabah, perubahan teknologi yang cepat dan tantangan persaingan global menuntut efektifitas strategi pemasaran untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing suatu

perusahaan. Agar berhasil dalam persaingan pada lingkungan usaha yang selalu bergejolak, diperlukan suatu strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi keinginan nasabah. Hal tersebut sangat penting untuk dilakukan apalagi setelah terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan sejak pertengahan tahun 1997 yang mengakibatkan perkembangan bisnis perbankan di Indonesia mengalami berbagai kendala. Banyak perusahaan perbankan terpaksa harus melakukan merger atau akuisisi seperti yang dilakukan oleh PT. Bank Bali atau PT. Bank Universal menjadi PT. Bank Permata begitu juga dengan PT. Bank Danpac, PT. Bank Pikko dan PT. Bank CIC International menjadi PT. Bank Century, hal tersebut dilakukan agar dapat terus survive. Bahkan terakhir pada tahun 2004 masih terjadi perusahaan perbankan yang harus mengalami likuidasi seperti PT. Bank Dagang Bali.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (survive) di masa setelah krisis yang berkepanjangan ini, disamping harus menghadapi persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan lainnya. Cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini adalah para

nasabah yang selalu menuntut kepuasan atas kinerja dari perusahaan perbankan (Prichard et al, 1999).

Selama beberapa dekade ini, sektor perbankan telah mengalami perubahan yang sangat drastis dengan ditandai semakin kerasnya persaingan, menurunnya permintaan jasa pada sektor industri perbankan. Pada situasi dengan tingkat persaingan tersebut nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas kepada suatu bank karena banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah akan senantiasa memilih tawaran yang paling menguntungkan baginya. (Bloemer et al., 1998, p.276).

Salah satu perusahaan perbankan yang berada di propinsi Jawa Timur, terutama Surabaya adalah Bank Permata. Sebagai perusahaan swasta yang berskala nasional maka Bank Permata telah membuka beberapa kantor cabangnya di Surabaya dan salah satu kantor yang akan menjadi bahan penelitian adalah Bank Permata yang berada di Jl. Panglima Sudirman 54-58, Surabaya. Selama empat tahun terakhir loyalitas nasabah Bank Permata cabang Surabaya mengalami penurunan dilihat dari jumlah nasabah yang aktif melakukan transaksi serta kenaikan jumlah nasabah yang tidak aktif melakukan transaksi, khususnya untuk produk perbankan yang berjenis kartu kredit yaitu Permata Shopping Card dan tabungan yaitu Permata Tabungan Bebas. Berikut ini adalah bukti yang ditinjau dari jumlah nasabah baik yang aktif maupun non aktif dalam

menggunakan transaksi maupun dalam menyimpan dananya di Bank Permata cabang Surabaya.

Table 1.1: Perkembangan nasabah Bank Permata yang aktif dan non aktif cabang Surabaya

No	Tahun	Triwulan								Total Keseluruhan
		I		II		III		IV		
		Aktif	Non aktif	Aktif	Non aktif	Aktif	Non aktif	Aktif	Non aktif	
1	2007	2475	100	2105	135	1580	80	3030	165	9670
2	2008	2243	170	2499	98	2100	180	2395	200	9885
3	2009	2500	105	1887	119	2900	102	1800	230	9643
4	2010	2290	207	3068	211	1320	197	1500	275	9068

Sumber: Bank Permata Surabaya, Jawa Timur

Dari fenomena tersebut dapat dilihat bahwa dari tahun 2007, pada triwulan I jumlah nasabah aktif yaitu sebesar 2475, namun nasabah yang tidak aktif sebesar 100 nasabah, pada triwulan II&III jumlah nasabah yang aktif menurun menjadi 2105&1580 nasabah yang tidak aktif sebanyak 135&80, dan ditutup dengan kenaikan jumlah nasabah aktif pada triwulan IV sebesar 3030, nasabah yang tidak aktif smeningkat menjadi 165 . Pada tahun 2008, jumlah nasabah yang aktif pada triwulan I turun menjadi 2243, nasabah yang non aktif sebanyak 170 dan mengalami peningkatan pada triwulan II s/d IV meskipun ada penurunan di triwulan III yang masih dalam batasan stabil. Tahun 2009, pada triwulan I s/d IV jumlah nasabah mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu nasabah aktif triwulan I sebesar 2500, non aktif 105. Menurun menjadi 1887 pada triwulan II nasabah aktif dan 119 non aktif, kemudian triwulan III sedikit meningkat

dari triwulan I nasabah yang aktif sebesar 2900 dan non aktif sebesar 102, namun pada triwulan IV nasabah yang aktif menurun menjadi 1800 dan non aktif meningkat menjadi 230. Pada tahun 2010, adalah masa ketidakstabilan yang dialami Bank Permata dengan menurunnya jumlah nasabah pada saat penutupan tahun 2010 tepatnya pada triwulan IV perusahaan mengalami kemeorosotan jumlah nasabah yang sangat tajam dibanding triwulan I, II, dan III yaitu nasabah yang aktif sebesar 1500 dan non aktif 275 nasabah. Ketidakstabilan jumlah nasabah Bank Permata yang semakin menurun dari tahun ke tahun, dikarenakan kualitas layanan yang diberikan tidak bisa memenuhi harapan nasabah. Hal ini diperjelas dengan teori Kotler dan Armstrong (1996:583) bahwa “Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, selain itu juga berpengaruh menciptakan keuntungan badan usaha. Semakin tinggi kualitas badan usaha yang diberikan konsumen, semakin tinggi pula kepuasan yang diperoleh oleh konsumen.

Penurunan ini bukan hanya masalah dalam jumlah nasabah, tetapi juga penurunan profit. Hal ini diwaspadai oleh Bank Permata agar meningkatkan dan tetap mempertahankan nasabahnya

Tabel 1.2 : Pertumbuhan profit Bank Permata Surabaya

No	Tahun	Profit
1	2007	508.911.000.000
2	2008	461.000.000.000
3	2009	486.000.000.000
4	2010	476.000.000.000

Sumber : Bank Permata Surabaya, Jawa Timur

Berdasarkan hal tersebut maka pihak Bank Permata cabang Surabaya harus melakukan strategi-strategi yang dirasakan dapat mempertahankan nasabahnya, salah satunya adalah dengan meningkatkan loyalitas nasabah (Duffy et. al. 2005). Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh Bank Permata untuk meningkatkan loyalitas adalah memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara survey nasabah Bank Permata untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya.

Berdasarkan rekapitulasi buku keluhan Bank Permata cabang Surabaya dan Hasil Survey Kinerja Pelayanan Nasabah tahun 2011 diketahui bahwa terjadi peningkatan keluhan nasabah berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Permata cabang Surabaya dalam setahun terakhir sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.3 dibawah ini:

Tabel 1.3 : Perkembangan Jumlah Keluhan pada Bank Permata Surabaya bulan November 2010 s/d oktober 2011

No	Tahun	Jumlah Nasabah Yang Mengeluh
1	Nopember	99
2	Desember	110
3	Januari	130
4	Pebruari	119
5	Maret	125
6	April	143
7	Mei	121
8	Juni	140
9	Juli	162
10	Agustus	170
11	September	172
12	Oktober	175

Sumber : Bank Permata Surabaya, Jawa Timur

Dari tabel 1.3 diketahui jumlah nasabah yang mengeluh pada tahun 2011 bulan januari s/d oktober selalu meningkat. Peningkatan tertinggi terjadi pada bulan oktober yaitu sebesar 175 nasabah mengeluh. Keluhan-keluhan yang muncul berkaitan dengan waktu antrian yang relative lama, pelayanan teller dan customer service yang terlambat, dan kondisi ruangan transaksi yang kurang nyaman. Adanya keluhan tersebut dapat diartikan bahwa nasabah belum mendapatkan pelayanan yang memuaskan (Kantor Bank Permata Surabaya, 2011).

Kekecewaan yang diterima oleh konsumen akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Menurut (Boone dan Kurtz 1995, dalam Tjiptono, 2007) bahwa “Service Quality is the primary determinant of consumer satisfaction or dissatisfaction” kualitas layanan ini menentukan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.

Hal ini sangat perlu untuk dilakukan kajian penelitian guna mengetahui sebab munculnya permasalahan. Permasalahan ini terjadi karena reputasi merek produk yang ditawarkan sedang berkurang, menurunnya kepuasan pelanggan sebagai akibat kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga banyak nasabah yang komplain karena jasa yang diberikan dan janji-janji yang diobral dalam

iklan, brosur, dan sebagainya, ternyata jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan.

Salah satu hal yang perlu mendapat perhatian pihak manajemen dalam fenomena di atas, yaitu dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan ditengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Untuk itulah peneliti mencoba mencari jawabannya.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi sebuah bank kecuali menempatkan masalah kepuasan dan loyalitas terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan nasabah itu baik dan memuaskan maka akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas nasabah (Rusdarti, 2004).

Hal tersebut menjadi sangat penting dan menarik untuk dibahas sebab dalam bidang jasa, kepuasan konsumen sangat bergantung, atau bahkan bergantung sepenuhnya terhadap kualitas layanan yang diberikan. Apabila kita kaji lebih dalam, kepuasan pelanggan tersebut akan berdampak lebih jauh lagi pada kesetiaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan kesetiaan konsumen, dapat dikatakan bahwa hal tersebut adalah wujud nyata dari keberhasilan suatu perusahaan jasa dalam menjalankan segala kegiatannya.

Selain dengan meningkatkan kualitas pelayanan, untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas para nasabahnya, Bank Permata Cabang Surabaya juga berupaya menjalin keakraban dengan nasabahnya (Customer Intimacy). Hal ini dilakukan diantaranya dengan mengikutsertakan nasabah-nasabah dalam acara-acara yang diselenggarakan oleh Bank Permata Cabang Surabaya, serta memberikan informasi-informasi yang bermanfaat bagi nasabah. Hal ini dilakukan selain untuk maintenance kelangsungan hubungan Bank Permata dengan nasabah, juga dilakukan dengan harapan nasabah memiliki keterikatan terhadap Bank Permata Cabang Surabaya. Keakraban dengan nasabah kini merupakan salah satu strategi yang populer dalam mempertahankan dan membangun loyalitas pelanggan. Karena keakraban dengan pelanggan bisa menghasilkan keunggulan kompetitif dan bottom line yang positif bagi perusahaan (Rinella, 2008).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. BANK PERMATA, Tbk SURABAYA”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian tersebut diatas dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah terdapat pengaruh loyalitas nasabah terhadap keunggulan bersaing?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh loyalitas nasabah terhadap keunggulan bersaing.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menerapkan teori yang telah didapat selama kuliah pada kenyataan yang ada serta merupakan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai kebijaksanaan strategi dalam memberikan kepuasan kepada nasabah dan menciptakan loyalitas dalam bisnis jasa perbankan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai data masukan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menyempurnakan pelayanan nasabah

yang diberikan, baik dalam memperbaiki kekurangan atau kelemahan yang ada maupun mempertahankan atau meningkatkan pelayanan nasabah.